

Opensignal、モバイル・スポーツ、ニュース、ゲーム・ストリーミングにおけるライブ・ビデオ・エクスペリエンス グローバル・レポートを発表

5G 時代のカギはライブ・ビデオ・エクスペリエンス

Opensignal（本社：ロンドン）は、業界で初めて、100 を超えるグローバル市場のモバイル・ユーザーのライブ・ビデオ・エクスペリエンスを分析し、その結果を発表しました。Opensignal はこれまでに、モバイル・ネットワークを使ったリアルタイム・マルチプレイヤー・ゲーム体感、録画したビデオのストリーミング、グループ・ビデオ通話や人気の音声アプリ通話を使ったユーザー体感を定量的に分析しており、今回の発表も Opensignal の長年にわたる研究と革新に基づいています。

ライブ・ビデオ・ストリーミングに関するこの新しいレポートでは、ライブ・イベントの視聴体感が、録画済ソーシャル・メディア・サイト、オンデマンドのオンライン・テレビ番組、映画、その他の動画視聴と異なる点を分析しています。

● レポートの主な要点

世界のライブ・ビデオ・エクスペリエンスのトップはノルウェー

ノルウェーのスコアは 2 位のオランダを 1.2 ポイント上回る 55.3 ポイントです。

スウェーデンとデンマークは 53.6-53.7 ポイントで統計的同点のスコアで第 3 位でした。

世界のトップ 20 の大部分を占めたのはヨーロッパ市場であり、ヨーロッパ外の市場は韓国 (51.4 ポイント)、台湾 (49.7 ポイント)、カナダ (49.6 ポイント) の 3 か国のみです。

アジア太平洋地域のライブ・ビデオ・エクスペリエンスのトップは韓国

韓国のスコアは 51.4 ポイントでした。2 位は 49.7 ポイントの台湾で、韓国より 1.6 ポイント低い結果となりました。同地域 3 位は統計的同点 (48.7-49.1 ポイントのスコア) のシンガポールと日本です。アジア太平洋地域におけるライブ・ビデオ・エクスペリエンス最下位はスコア 26.8 ポイントのパプアニューギニアでした。

南北アメリカで最高スコアはカナダ

南北アメリカにおける最高のライブ・ビデオ・エクスペリエンスは 49.6 ポイントのスコアを出したカナダでした。

中南米トップは 45.8 ポイントのウルグアイです。米国のスコアは 40.7 ポイントとカナダよりも大幅に低くなっており、アルゼンチン (40.8) と並んで同地域で 6 位となりました。

ブラジルは北米のライブ・ビデオ・エクスペリエンスに対し 38.9 ポイントと遅れをとっていますが、最下位のスコアはニカラグアで 32 ポイントでした。

Opensignal はライブ・ビデオ・エクスペリエンスでライブ動画に不可欠なモバイル・ネットワークのパフォーマンスを具体的に測定するテストを行っています。結果を分析してライブ・ビデオ・サービスを視聴したユーザーの実際の体感を正確に反映するのです。YouTube Live や Twitch など、世界最大のライブ・ビデオ・ストリーミング・プラットフォームを使用したライブ・ビデオ・エクスペリエンスを比較しています。

また、Vantage Market Research の分析によると、世界のライブ・ビデオ・ストリーミング市場は、2021 年では約 10 億ドルですが 2028 年までには 43 億ドルに達する見込みです。これは 23.5%の急速な年平均成長率を示しています。

● 人気のライブ・ビデオ・ストリーミング・サービス

- **スポーツの生中継**
(Amazon プライムビデオ、Apple TV+、Dazn Group、ESPN+、Hotstar、NBC Sports、MLB.tv、その他地域市場固有のサービス)
- **ゲーム/e スポーツのライブ放送とストリーミング**
(Twitch、YouTube ライブなど)
- **ライブニュース**
(アルジャジーラ、ブルームバーグ、BBC、CNBC、Channel NewsAsia、CNN、France 24、NHK など)
- **ソーシャルメディア**
(YouTube Live、Facebook Live、Instagram Live、TikTok) またはストリーミング・プラットフォーム (Amazon Video など) で個々のクリエイターが制作したライブ・イベントやエンターテインメント番組 (コンサート、フェスティバル、バラエティショーなど)
- **ソーシャル・メディア・プラットフォーム**
(Instagram、TikTok、Twitter など) 経由のライブ・ビデオ・フィード (製品のライブ・デモンストレーションやレビューを含む)
- **ウェビナーまたはライブ・オンライン・クラス**
たとえば、クラウド TV プラットフォーム (Kaltura など) で行われるもの

ライブ・ストリーミングは、配信者と視聴者間でのコミュニケーションとエンゲージメントがしやすく、ユーザーは事前録画済のコンテンツよりもインタラクティブな体感が得られます。

たとえば動画ライブ・ストリーミングは、オンライン・クリエイターやインフルエンサーがコンテンツをリアルタイムで共有し、ストリーミング中のオンライン・コミュニティからの寄付や広告収入、スポンサー契約などを通じて収益化する機会を提供します。

また、クリエイターはスタジオに行かなくても、自分専用の機材を利用できるため配信しやすくなりました。

アクセス性の向上により、ライブ・ストリーミングもモバイル・ユーザーにとって使いやすくなりました。休日や通勤中などモバイル電波が届く場所なら場所を問わずビデオ・ストリーミングに接続できるため、組織や企業はより多くの視聴者にリーチしやすくなったのです。

参考資料

ライブ・ビデオ・エクスペリエンス グローバル・レポート(英文):

<https://www.opensignal.com/reports/2023/02/live-video-experience-in-mobile-sports-news-and-game-streaming>

注：内容は、英語版の翻訳です。日本語との内容に不整合がある場合、英語版が優先されます。

Opensignal について

Opensignal は、コンバージド、ワイヤレス、及び、ブロードバンド・オペレーター全体のネットワーク体感とマーケット・パフォーマンスを統合し、独立した知見とデータの世界的な大手プロバイダーです。当社の公開レポートは、ネットワーク・エクスペリエンスをベンチマークするための世界標準として認められています。当社の顧客中心の総合的なソリューションは、通信プロバイダーがネットワークを改善し、商業パフォーマンスを最大化し、すべての接続を改善できるようにする前例のない知見を生み出します。同社は米国、カナダ、英国に本社を置き、南米とアジアに営業拠点を構えています。

Opensignal および Opensignal のロゴは、Opensignal、Ltd の商標または登録商標です。言及されているサードパーティーの商標は、それぞれの所有者の財産です。

本件に関する問い合わせ先

Opensignal 広報担当

Rebecca Adewale

rebeccaadewale@opensignal.com

Opensignal 広報代理

担当：清水

opensignal@jspin.co.jp